

平成 28 年 4 月 25 日

「第 4 回全国イノベーション調査 速報」の公表について

文部科学省科学技術・学術政策研究所（所長 川上 伸昭）では、我が国の民間企業におけるイノベーション活動の状況や動向を調査するため、2002 年度より民間企業を対象とした「全国イノベーション調査」を実施してきております。このたび、第 4 回調査（参照期間：2012 年度から 2014 年度まで）を行いましたので、結果の速報をお知らせします。

本調査の主な結果

我が国全体のイノベーション実現企業の割合は、前回調査（参照期間：2009 年度から 2011 年度まで）の結果と比べて、大きな変化が見られない。しかしながら、プロダクト・イノベーションは、他の類型（プロセス、組織、マーケティング）のイノベーションに比べて実現企業の割合が低く、さらに、その割合は減少傾向にある。我が国の産業競争力を維持するためには、今後、より多くの企業による新しい製品・サービスの導入が期待される。

「全国イノベーション調査」は、OECD（経済協力開発機構）と Eurostat（欧州委員会統計庁）が合同で策定した国際標準（『オスロ・マニュアル』）に準拠した我が国の公式の統計調査（一般統計調査）である。質問項目は、欧州各国で実施されているイノベーション調査（CIS: Community Innovation Survey）に対応しており、我が国を含む各国のデータに基づき、OECD が刊行している“OECD Science, Technology and Industry Scoreboard”等において、調査結果の国際比較も公表されている。

「第 4 回全国イノベーション調査」では、常用雇用者が 10 人以上の民間企業（一部の産業を除く）を調査対象とした。企業産業分類と企業規模に基づく層化抽出法により、母集団 380,224 社から 24,825 社を抽出して調査票を配布し、12,526 社からの回答が実現している（回答率 51%）。

なお、本調査の報告書は、平成 28 年夏頃に公表予定である。

（お問い合わせ）

文部科学省科学技術・学術政策研究所
第 1 研究グループ

担当：伊地知、池田

TEL: 03-3581-2396

FAX: 03-3503-3996

E-mail: jnis4@nistep.go.jp

1) イノベーション実現割合（2012年度－2014年度）

第3回調査と比べて、プロセス・イノベーション実現¹企業の割合がわずかに増加している（製造業において20%から25%に増加している）ものの、全体として、イノベーション実現の割合に大きな変化は見られない。しかし、プロダクト・イノベーション実現²企業の割合は、プロセス・イノベーション実現、組織イノベーション実現³及びマーケティング・イノベーション実現⁴企業の割合よりも低い。さらに、プロダクト・イノベーション実現企業の割合は、第3回調査と比べて、14%から12%へ減少している。

図表 1. イノベーション実現企業の割合（対全企業）（単位：%）

	プロダクト・イノベーション実現		プロセス・イノベーション実現	
	第4回	(参考) 第3回	第4回	(参考) 第3回
全体	12	14	15	12
うち小規模企業	11	12	14	10
中規模企業	16	19	20	17
大規模企業	27	25	28	25
製造業	19	20	25	20

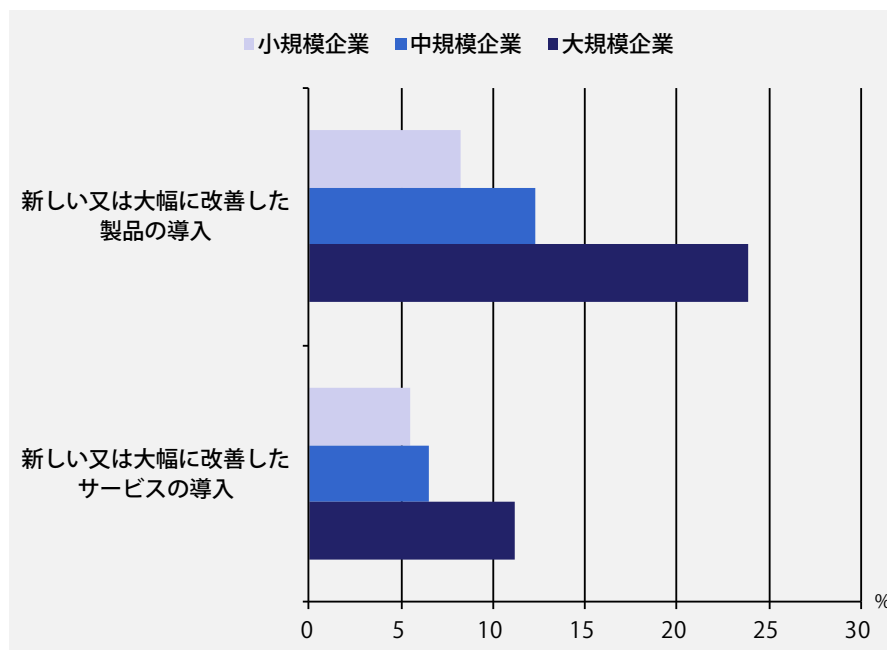
	組織イノベーション実現		マーケティング・イノベーション実現	
	第4回	(参考) 第3回	第4回	(参考) 第3回
全体	24	22	22	24
うち小規模企業	22	20	21	23
中規模企業	29	29	23	25
大規模企業	42	43	31	32
製造業	29	29	23	23

注： 第3回、第4回の各調査における参照期間は、それぞれ、2009年度から2011年度まで、2012年度から2014年度までである。小規模企業は常用雇用者10人以上49人以下、中規模企業は同50人以上249人以下、大規模企業は同250人以上の企業である。

2) プロダクト・イノベーション実現：企業規模別・産業別

プロダクト・イノベーション実現の種類として、全体では、「新しい又は大幅に改善した製品の導入」企業の割合は10%であり、「新しい又は大幅に改善したサービスの導入」企業の割合は6%であった。「新しい又は大幅に改善した製品の導入」企業の割合は、産業別では、製造業(17%)及び情報通信業(17%)において高く、情報通信業では「新しい又は大幅に改善したサービスの導入」企業の割合(17%)も高い。

図表 2. プロダクト・イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別（単位：%）



図表 3. プロダクト・イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別・産業別（単位：%）

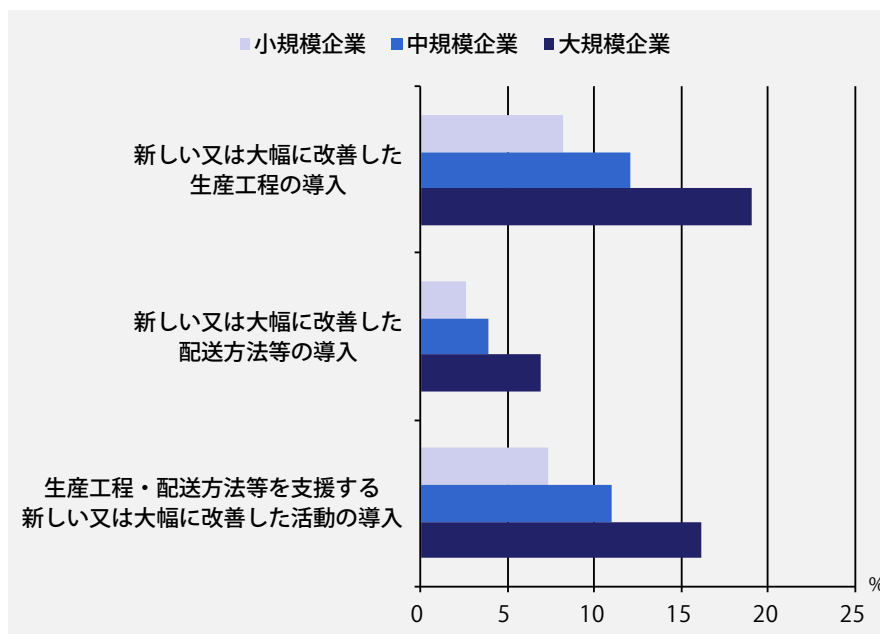
	プロダクト・イノベーション実現		
		新しい又は大幅に改善した製品の導入	新しい又は大幅に改善したサービスの導入
全体	12	10	6
うち小規模企業	11	8	6
中規模企業	16	12	6
大規模企業	27	24	11
農業・林業	14	14	4
漁業	6	6	1
鉱業・採石業・砂利採取業	6	6	0
建設業	4	3	2
製造業	19	17	4
電気・ガス・熱供給・水道業	5	3	2
情報通信業	25	17	17
運輸業・郵便業	4	2	4
卸売業	15	13	6
小売業	11	8	9
金融業・保険業	14	4	13
その他サービス業	6	3	5

注： 参照期間は、2012年度から2014年度までの3年間である。小規模企業は常用雇用者10人以上49人以下、中規模企業は同50人以上249人以下、大規模企業は同250人以上の企業である。その他サービス業には、日本標準産業分類（第12回改訂）における、郵便局（中分類86）、廃棄物処理業（同88）、機械等処理業（同90）及びその他の事業サービス業（同92）が含まれる。

3) プロセス・イノベーション実現：企業規模別・産業別

プロセス・イノベーション実現の種類として、全体では、「新しい又は大幅に改善した生産工程の導入」企業の割合(9%)が最も高く、産業別では、製造業(19%)における割合が高い。次に、全体の8%の企業が「生産工程・配送方法等を支援する新しい又は大幅に改善した活動の導入」を行っており、産業別では、製造業(11%)及び卸売業(11%)のほか、情報通信業(10%)における割合が高かった。

図表 4. プロセス・イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別（単位：%）



図表 5. プロセス・イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別・産業別（単位：%）

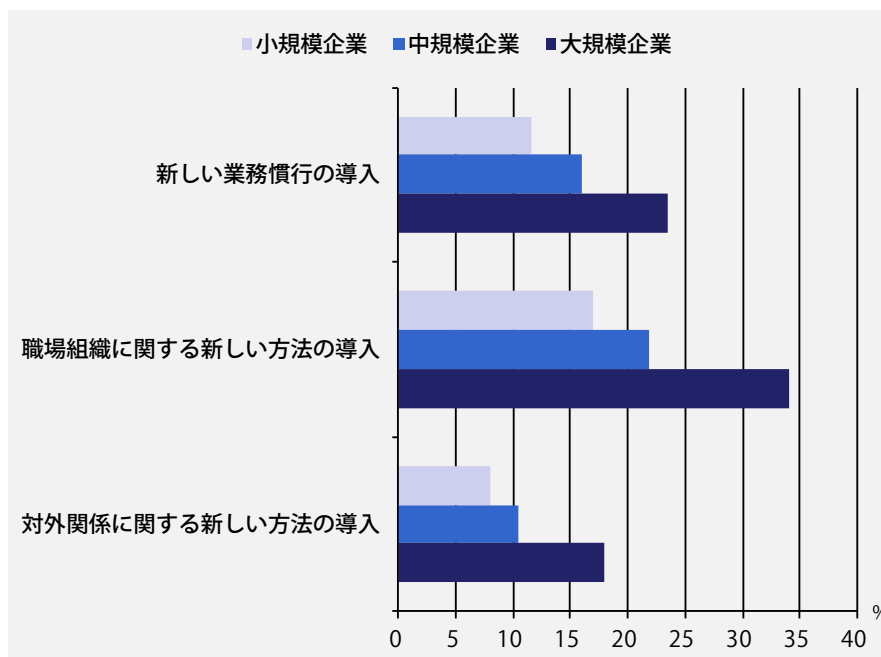
	プロセス・イノベーション実現			
	全体	新しい又は大幅に改善した生産工程の導入	新しい又は大幅に改善した配送方法等の導入	生産工程・配送方法等を支援する新しい又は大幅に改善した活動の導入
全体	15	9	3	8
うち小規模企業	14	8	3	7
中規模企業	20	12	4	11
大規模企業	28	19	7	16
農業・林業	19	13	4	6
漁業	10	7	2	5
鉱業・採石業・砂利採取業	10	9	2	1
建設業	7	4	1	4
製造業	25	19	3	11
電気・ガス・熱供給・水道業	9	5	1	5
情報通信業	16	9	2	10
運輸業・郵便業	11	3	4	9
卸売業	18	7	6	11
小売業	11	6	3	7
金融業・保険業	13	7	1	9
その他サービス業	10	4	1	7

注： 図表 3 に同じ。

4) 組織イノベーション実現：企業規模別・産業別

組織イノベーション実現の種類として、全体では、「職場組織に関する新しい方法の導入」企業の割合(19%)が最も高く、産業別では、金融業・保険業(32%)及び情報通信業(29%)における割合が高かった。また、「新しい業務慣行の導入」についても、金融業・保険業(24%)及び情報通信業(21%)における割合が高かった。さらに、「対外関係に関する新しい方法の導入」は、情報通信業(18%)に次いで、金融業・保険業(15%)における割合が高かった。

図表 6. 組織イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別（単位：％）



図表 7. 組織イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別・産業別（単位：％）

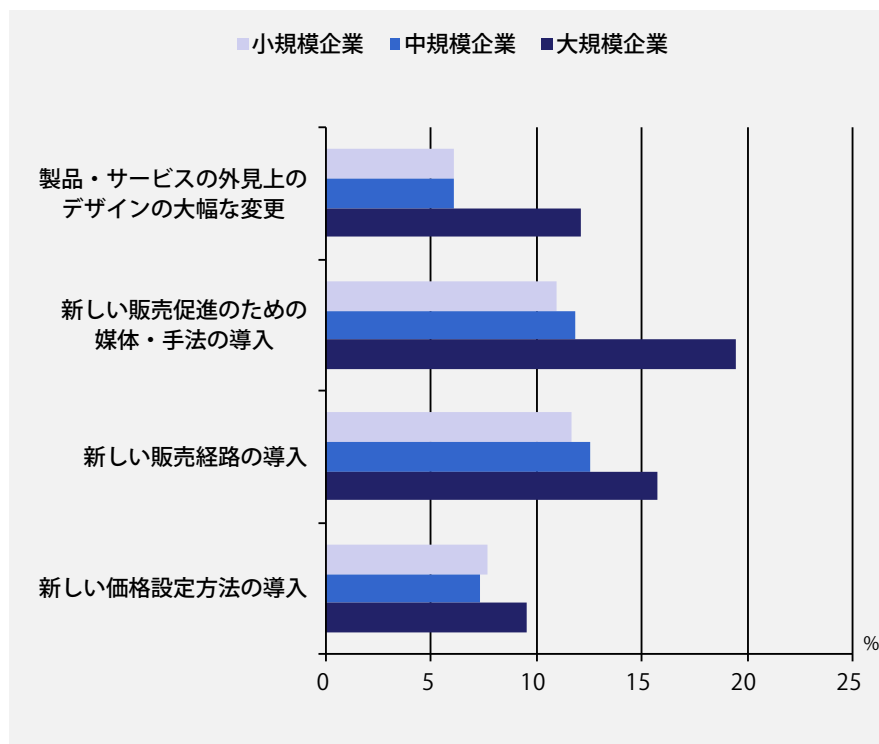
	組織イノベーション実現			
	新しい業務慣行の導入	職場組織に関する新しい方法の導入	対外関係に関する新しい方法の導入	
全体	24	13	19	9
うち小規模企業	22	12	17	8
中規模企業	29	16	22	11
大規模企業	42	23	34	18
農業・林業	24	13	18	7
漁業	11	5	9	5
鉱業・採石業・砂利採取業	11	3	8	5
建設業	18	8	13	7
製造業	29	15	21	10
電気・ガス・熱供給・水道業	22	8	17	8
情報通信業	39	21	29	18
運輸業・郵便業	21	10	15	9
卸売業	28	15	21	9
小売業	20	10	15	7
金融業・保険業	39	24	32	15
その他サービス業	26	10	21	7

注： 図表 3 に同じ。

5) マーケティング・イノベーション実現：企業規模別・産業別

マーケティング・イノベーション実現の種類として、全体では、「新しい販売経路の導入」を行った企業の割合(12%)が最も高く、産業別では、農業・林業(20%)及び卸売業(20%)のほか、情報通信業(19%)における割合が高かった。また、全体のうち11%の企業が「新しい販売促進のための媒体・手法の導入」を行っており、産業別では、金融業・保険業(20%)及び情報通信業(17%)のほか、小売業(16%)における割合が高かった。

図表 8. マーケティング・イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別（単位：%）



図表 9. マーケティング・イノベーション実現企業の割合（対全企業）：企業規模別・産業別（単位：%）

	マーケティング・イノベーション実現				
	全体	製品・サービスの外見上のデザイン的大幅な変更	新しい販売促進のための媒体・手法の導入	新しい販売経路の導入	新しい価格設定方法の導入
全体	22	6	11	12	8
うち小規模企業	21	6	11	12	8
中規模企業	23	6	12	13	7
大規模企業	31	12	19	16	10
農業・林業	25	9	13	20	9
漁業	13	5	5	10	5
鉱業・採石業・砂利採取業	15	2	3	6	9
建設業	13	3	7	7	4
製造業	23	8	10	14	8
電気・ガス・熱供給・水道業	10	1	5	4	4
情報通信業	31	11	17	19	12
運輸業・郵便業	11	1	5	6	6
卸売業	29	7	14	20	9
小売業	24	9	16	11	8
金融業・保険業	28	5	20	14	4
その他サービス業	11	2	6	6	5

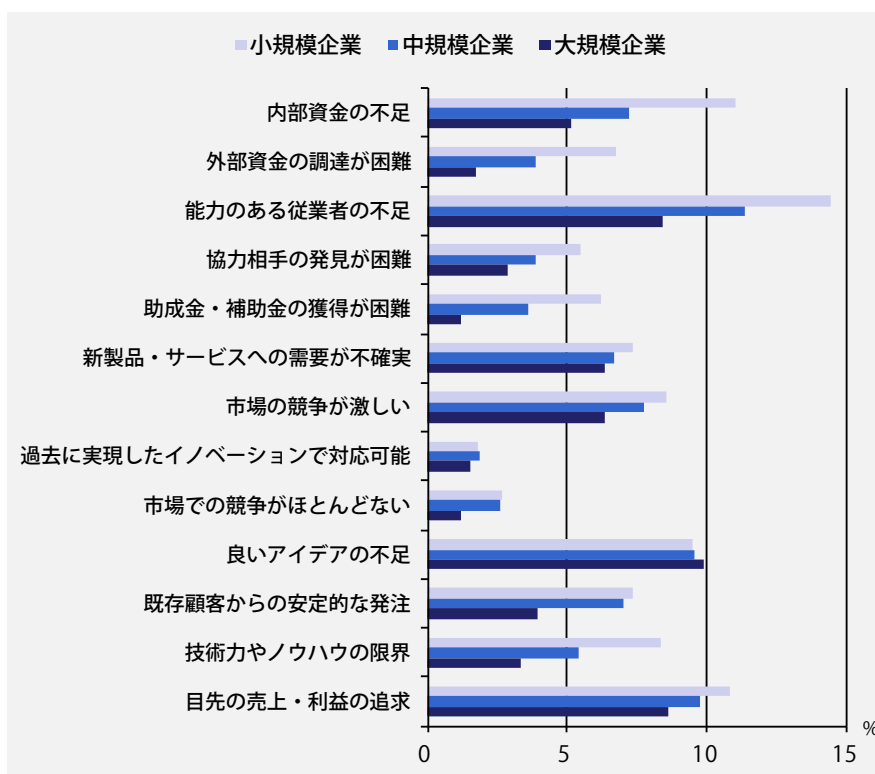
注： 図表 3 に同じ。

6) イノベーション実現を阻害する重大な要因又はイノベーション活動非実施の理由⁵：企業規模別・産業別

イノベーション実現企業においてそのイノベーション実現を阻害する重大な要因（決定的に阻害する要因）として、「能力のある従業員の不足」であるとする企業の割合（14%）が最も高く、産業別では、農業・林業、情報通信業及び運輸業・郵便業（いずれも17%）のほか、漁業（15%）及びその他サービス業（15%）において割合が高かった。「内部資金の不足」は、特に、小規模企業における割合が高く（11%）、産業別では、農業・林業（15%）における割合が最も高かった。

また、「目先の売上・利益の追求」（11%）及び「良いアイデアの不足」（9%）であるとする企業の割合も高く、これらを重大な阻害要因とする企業の割合は、企業規模間に差がほとんどなかった。産業別では、この2つの要因のどちらも、情報通信業において、該当する企業の割合（19%、14%）が最も高かった。

図表 10. イノベーション実現の重大な阻害要因とする企業の割合（対全企業）：企業規模別（単位：%）



図表 11. イノベーション実現の重大な阻害要因とする企業の割合（対全企業）：企業規模別・産業別（単位：％）

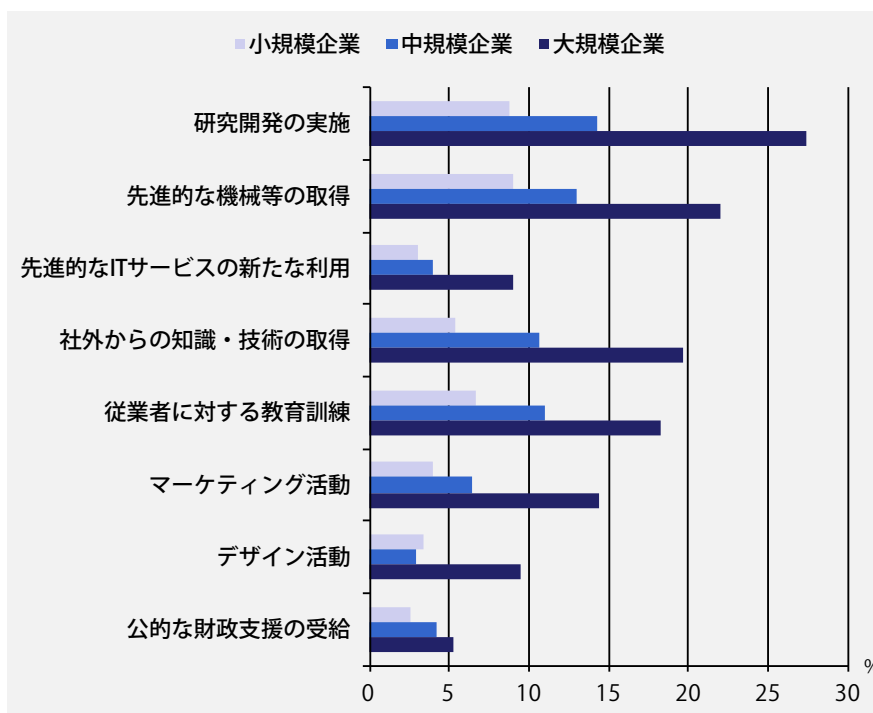
	内部資金の 不足	外部資金の 調達が困難	能力のある 従業者の不足	協力相手の 発見が困難	助成金・ 補助金の 獲得が困難	新製品・ サービスへの 需要が不確実	市場の競争が 激しい	過去の競争が イノベーション で対応可能	市場での競争が ほとんどない の不足	良いアイデア の不足	既存顧客からの 安定的な発注 限界	技術力や ノウハウの 限界	目先の売上・ 利益の追求
全体	10	6	14	5	6	7	8	2	3	9	7	8	11
うち小規模企業	11	7	14	5	6	7	9	2	3	9	7	8	11
中規模企業	7	4	11	4	4	7	8	2	3	10	7	5	10
大規模企業	5	2	8	3	1	6	6	2	1	10	4	3	9
農業・林業	15	7	17	5	7	7	6	2	2	11	10	10	10
漁業	11	7	15	7	6	4	5	2	2	6	4	6	9
鉱業・採石業・砂利採取業	6	3	5	1	1	4	3	1	6	4	10	6	7
建設業	8	6	12	3	4	6	8	3	1	5	9	6	9
製造業	12	7	13	5	7	9	8	2	3	10	9	9	13
電気・ガス・熱供給・水道業	4	2	5	1	2	5	2	1	7	5	9	4	2
情報通信業	12	6	17	6	5	8	6	1	1	14	10	10	19
運輸業・郵便業	10	7	17	7	5	8	10	2	3	11	9	9	11
卸売業	9	6	11	4	5	7	9	2	3	11	5	6	12
小売業	9	6	13	4	4	5	9	0	4	10	3	6	7
金融業・保険業	3	2	5	1	1	1	3	1	1	4	5	4	4
その他サービス業	6	4	15	6	5	4	8	3	4	12	8	10	6

注：図表3に同じ。

7) プロダクト及びプロセス・イノベーションのための活動：企業規模別・産業別

プロダクト及びプロセス・イノベーションのための活動（以下、「イノベーション活動」という。）として、「研究開発の実施」を行った企業の割合（10%）が高く、産業別では、製造業における割合（21%）が最も高い。他方、「先進的なITサービスの新たな利用」を行った企業の割合は、他の活動に比べて相対的に高くはない。しかし、情報通信業及び金融・保険業では、それぞれ11%、9%の企業が「先進的なITサービスの新たな利用」を行っており、これらの産業では、主要なイノベーション活動の一つとなっている。

図表 12. イノベーション活動実施企業の割合（対全企業）：企業規模別（単位：%）



図表 13. イノベーション活動実施企業の割合（対全企業）：企業規模別・産業別（単位：%）

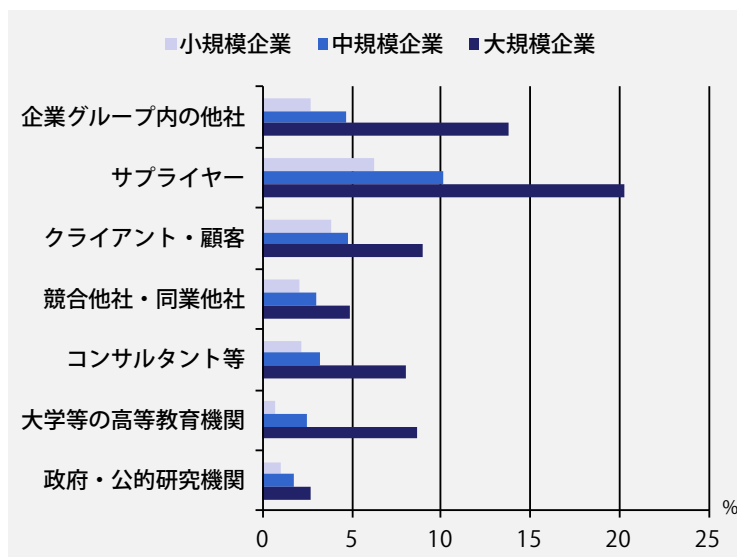
	研究開発の実施	先進的な機械等の取得	先進的なITサービスの新たな利用	社外からの知識の取得	従業員に対する教育訓練	マーケティング活動	デザイン活動	公的な財政支援の受給
全体	10	10	3	7	8	5	4	3
うち小規模企業	9	9	3	5	7	4	3	3
中規模企業	14	13	4	11	11	6	3	4
大規模企業	27	22	9	20	18	14	9	5
農業・林業	12	9	3	8	6	5	4	5
漁業	5	6	1	7	3	3	2	5
鉱業・採石業・砂利採取業	8	4	0	3	2	0	1	3
建設業	3	5	0	5	4	2	1	1
製造業	21	19	4	10	11	6	5	7
電気・ガス・熱供給・水道業	4	6	2	5	5	1	0	1
情報通信業	17	12	11	10	13	10	5	2
運輸業・郵便業	4	6	3	4	4	2	0	2
卸売業	12	10	5	10	9	7	4	3
小売業	4	7	3	4	8	6	5	0
金融業・保険業	6	10	9	7	8	4	2	0
その他サービス業	6	5	2	4	5	1	0	0

注：図表3に同じ。

8) プロダクト及びプロセス・イノベーション実現のための協力相手：企業規模別・産業別

「サプライヤー」が協力相手であったとする企業の割合は、いずれの企業規模階級及び産業においても最も高い。また、「大学等の高等教育機関」は、「クライアント・顧客」や「コンサルタント等」と同じく、主要な協力相手とされており、9%の大規模企業が「大学等の高等教育機関」を協力相手としている。

図表 14. プロダクト又はプロセス・イノベーション実現のための協力相手の割合（対全企業）：
企業規模別（単位：%）



図表 15. プロダクト又はプロセス・イノベーション実現のための協力相手の割合（対全企業）：
企業規模別・産業別（単位：%）

	企業グループ内の他社	サプライヤー	クライアント・顧客	競合他社・同業他社	コンサルタント等	大学等の高等教育機関	政府・公的研究機関
全体	3	7	4	2	3	1	1
うち小規模企業	3	6	4	2	2	1	1
中規模企業	5	10	5	3	3	3	2
大規模企業	14	20	9	5	8	9	3
農業・林業	4	12	2	3	3	3	4
漁業	2	3	1	2	1	0	1
鉱業・採石業・砂利採取業	6	5	0	1	1	1	0
建設業	0	2	2	1	0	0	0
製造業	5	13	7	3	3	3	3
電気・ガス・熱供給・水道業	6	6	1	2	1	1	0
情報通信業	5	11	8	5	3	0	1
運輸業・郵便業	1	3	4	1	1	0	1
卸売業	6	10	5	3	4	3	1
小売業	4	5	5	3	4	0	1
金融業・保険業	5	7	2	2	2	0	0
その他サービス業	3	3	2	2	1	0	0

注： 図表 3 に同じ。

調査結果の推定方法

調査結果として示す数値は、企業産業分類と企業規模に基づく層ごとに、実現標本の企業数と全企業数との比率に基づく重み係数によって復元した母集団推定値である。また、それぞれの数値は、特に断りがない限り、調査対象とした企業産業分類及び企業規模階級にある企業全体に占める該当する企業の割合を示している。なお、企業数を単位としていることから、企業規模の相違にかかわらず、1社は同じ単位として扱われる。したがって、本速報に示す企業規模によらない「全体」の推定値については、企業数が相対的に多い小・中規模企業の状況がより強く反映されている。

産業別についての結果の表示

各図表の「全体」として及び企業規模別に示している数値は、本調査での母集団とする国全体の結果を示している。その一方、産業別では、調査対象とした企業産業分類のうち、結果を掲載していない産業がある。調査報告書では、これらの未掲載の産業も含め、調査対象とした企業産業分類全てを含んだ結果を掲載する予定である。

複数の小質問項目に対する回答

本速報において言及している全ての質問項目において、調査票上、種類等に関する複数の小質問項目で構成されている部分では、調査対象企業には、小質問項目ごとに回答を求めている。

注

- 1 製品・サービスのための新しい又は大幅に改善した生産工程、中間投入物（原材料・部品等）・製品・サービスのための新しい又は大幅に改善したロジスティクス・配送方法、流通方法、若しくは生産工程や配送方法を支援するための新しい又は大幅に改善した保守システムや購買・会計・コンピュータ処理といった活動のうち、いずれかの導入の実現。
- 2 新しい又は大幅に改善した製品又はサービスの市場への導入の実現。
- 3 業務遂行の方法や手順に関する新しい業務慣行、権限の移譲や仕事の割り振り・編成など職場組織に関する新しい方法、又は他社や他の機関など社外との関係に関する新しい方法のうち、いずれかの導入の実現。
- 4 製品・サービスの外見上のデザイン的大幅な変更の実施、若しくは新しい販売促進のための媒体・手法、新しい販売経路、又は新しい価格設定方法のうち、いずれかの導入の実現。
- 5 質問項目では、各阻害要因の有無だけでなく、その阻害要因の影響度合いについても回答を求めている。影響度合いは、「重大さ・大（決定的に阻害された）」「重大さ・中（ある程度阻害された）」「重大さ・小（わずかに阻害された）」の3段階に区分されており、本速報でいう「イノベーション実現の重大な阻害要因」とは、「重大さ・大」として回答された阻害要因を示している。

本統計調査において配布された調査票等の関係資料は、科学技術・学術政策研究所ウェブサイト (<http://www.nistep.go.jp/research/rd-and-innovation/national-innovation-survey>) から入手することができます。